

**PENGARUH MENONTON KONTEN YOUTUBE *PARENTING* NIKITA WILLY
OFFICIAL TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
PARENTING PADA *SUBSCRIBERS* IBU MUDA**

(Skripsi)

Oleh

**FITRIANI
2116031086**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**PENGARUH MENONTON KONTEN YOUTUBE *PARENTING*
NIKITA WILLY OFFICIAL TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI *PARENTING* PADA *SUBSCRIBERS*
IBU MUDA**

Oleh

FITRIANI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH MENONTON KONTEN YOUTUBE *PARENTING* NIKITA WILLY OFFICIAL TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *PARENTING* PADA *SUBSCRIBERS* IBU MUDA

Oleh

FITRIANI

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, YouTube menjadi salah satu sumber utama informasi *parenting*, terutama bagi ibu muda yang cenderung mengakses informasi melalui media digital. Nikita Willy Official sebagai saluran YouTube yang dikelola oleh seorang publik figur memiliki daya tarik tersendiri dalam menyampaikan informasi *parenting* melalui pengalaman pribadi yang dikemas dengan cara yang hangat dan sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden ibu muda. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, korelasi, regresi linier, dan ANOVA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara menonton konten Nikita Willy Official dengan pemenuhan kebutuhan informasi *parenting*, mencakup aspek kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan yaitu sebesar 52,1%. Sementara itu, sisanya 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Ibu Muda, Kebutuhan Informasi, Nikita Willy Official, *Parenting*, YouTube.

ABSTRACT

THE EFFECT OF WATCHING NIKITA WILLY OFFICIAL YOUTUBE PARENTING CONTENT ON FULFILLING PARENTING INFORMATION NEEDS IN YOUNG MOTHER SUBSCRIBERS

By

FITRIANI

Along with the development of technology and social media, YouTube has become one of the main sources of parenting information, especially for young mothers who tend to access information through digital media. Nikita Willy Official as a YouTube channel managed by a public figure has its own charm in conveying parenting information through personal experiences packaged in a warm and simple way. This study aims to analyze the effect of watching Nikita Willy Official's YouTube parenting content on fulfilling parenting information needs in young mother subscribers. The research method used is a quantitative approach with survey techniques using a questionnaire distributed to 96 young mother respondents. Data were analyzed using validity, reliability, correlation, linear regression, and ANOVA tests. The results showed that there is a significant relationship between watching Nikita Willy Official content and the fulfillment of parenting information needs, including cognitive, affective, personal integration, social integration, and release aspects, which is 52.1%. Meanwhile, the remaining 47.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Information Needs, Nikita Willy Official, Parenting, Young Mothers, YouTube.*

Judul Skripsi

**: PENGARUH MENONTON KONTEN YOUTUBE
PARENTING NIKITA WILLY OFFICIAL
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI PARENTING PADA
SUBSCRIBERS IBU MUDA**

Nama Mahasiswa

: Fitriani

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2116031086

Jurusan

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 196108071987032001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si.

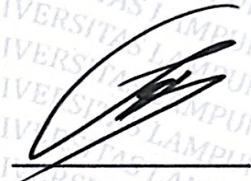
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

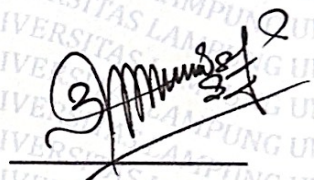
Ketua

: **Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**



Penguji Utama

: **Bangun Suharti, S.Sos., M.IP.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si
NIP. 19760821200032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **15 Agustus 2025**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitriani
NPM : 2116031086
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl. Jend Bambang Utoyo Kelurahan Pasar III
Kecamatan Muara Enim Kabupaten Muara Enim
No. Handphone : 082279922069

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Menonton Konten YouTube Parenting Nikita Willy Official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Parenting Pada Subscribers Ibu Muda** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 02 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Fitriani
NPM. 2116031086

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Fitriani. Penulis dilahirkan di Muara Enim pada tanggal 30 Desember 2001. Penulis merupakan anak keenam dari enam bersaudara, putri dari pasangan Bapak Syehabuddin dan Ibu Tini Supriantini. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 11 Muara Enim pada tahun 2014, SMP Negeri 1 Muara Enim pada tahun 2017, dan SMA Negeri 1 Muara Enim pada tahun 2020. Selama masa sekolah di SMA, penulis aktif sebagai anggota OSIS serta aktif dalam mengikuti perlombaan seni tari. Pada tahun 2021, penulis resmi terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Selama menjalani masa perkuliahan, penulis aktif mengikuti program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Batch 5 di BTPN Syariah sebagai *community officer remote area* Bandar Lampung dan Studi Independen Batch 6 di Solutif program *social media specialist*. Penulis juga melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Lampung Timur yaitu di Desa Mekar Karya pada tahun 2024.

MOTTO

“Apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdir ku, dan apa yang
ditakdirkan untuk ku tidak akan pernah melewatkan ku”
(Umar bin Khattab)

“Lakukanlah apa yang kamu mau sekarang, saat hatimu bergerak,
jangan kau larang. Hidup ini tak ada artinya, maka kau bebas
mengarang maknanya seorang”
(Hindia)

*“From sprinkler splashes to fireplace ashes.
You’ve got no reason to be afraid”*
(Taylor Swift)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

Papa dan Mama Tercinta
Alm. Syehabuddin dan Tini Supriantini

Yang telah membesarkan, mendidik, dan memberikan kasih sayang tanpa henti.
Semoga karya ini menjadi tanda bakti kecil dan doa untuk almarhum Papa, serta menjadi persembahan tulus untuk Mama yang senantiasa menjadi cahaya hidupku.

Para pendidik, Bapak/Ibu Guru Dosen

Yang telah membimbing dan mendidikku selama masa perkuliahan, menanamkan ilmu dan nilai yang berharga.

Para Sahabatku

Yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan keceriaan dalam setiap langkah perjalanan akademikku.

Serta Almamater Tercinta

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Menonton Konten YouTube *Parenting* Nikita Willy Official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Parenting* Pada *Subscribers* Ibu Muda”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mendapat banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, arahan, serta kesabaran yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Bangun Suharti, S.Sos., M.IP., selaku Dosen Penguji. Terima kasih atas saran, masukan, serta nasihat berharga yang diberikan selama proses ujian dan penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terimakasih atas bimbingannya selama perkuliahan ini.

8. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi khususnya Bapak Ahmad Hanafi, S.Sos., Ibu Siti Ismainah dan Mas Cecep. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan selama ini.
9. Kedua orang tuaku tercinta: Alm. Syehabuddin dan Tini Supriantini. Terima kasih yang tak terhingga untuk dua sosok luar biasa yang selalu mengusahakan yang terbaik untukku. Meskipun Papa tidak lagi bersamaku, Papa tetap hadir lewat kenangan, nasihat, dan semangat yang Papa tanamkan. Kini aku mencapai impian yang dulu kita perjuangkan bersama. Semoga dari sana Papa bisa melihatku dengan bangga, doa ku selalu menyertai Papa agar ditempatkan di tempat terbaik di sisi Allah SWT. Teruntuk Mama, aku akan terus melangkah dengan cinta dan doa mu, semoga aku selalu menjadi anak yang membanggakan, dan bisa membalas yang sudah Mama berikan. Semoga hidup Mama selalu dipenuhi keberkahan, kesehatan, kebahagiaan, dan dikelilingi oleh hal-hal baik.
10. Kakak-kakakku tersayang: Indra Wijaya, Benny Kurniawan, Aan Adriansyah, Yunita Permatasari, dan Sonny Saputra. Terima kasih atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang selalu menguatkan dan menjadi penyemangat untuk menyelesaikan pendidikan.
11. Bibi Yani Mulyani (Ibu) dan Uwak Mini Winarni (Mama Adek). Terima kasih telah menjadi orang tua kedua yang selalu hadir dengan kasih sayang tanpa batas. Ibu dan Mama Adek, setiap keberhasilanku adalah bagian dari kalian dan setiap doa yang kupanjatkan selalu untuk kebahagiaan dan kesehatan kalian.
12. Seluruh keluarga besar Alm. Kakek Djuharno dan Almh. Nenek Wiwi Kusmiati. Terima kasih atas doa, bantuan, serta dukungan yang diberikan.
13. Sahabat terbaikku: Nidi Khanti Dhtasiri dan Binar Asa Ventu Rani. Terima kasih atas doa, bantuan, dukungan, dan persahabatan yang tulus. Kehadiran kalian bagaikan cahaya yang menerangi langkah, penguat dalam masa sulit, sekaligus pengingat untuk terus berjuang.

14. Teman-teman perkuliahan tersayang: Ersya, Ica, Dinda, Dea, Ade, Patresia, dan Neza. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat selama masa perkuliahan yang menjadikan masa perkuliahan penuh dengan tawa, dan kenangan indah.
15. Teman-teman “Calon Wanita Sukses”: Nati’i, Safina, Selia, Adinda, Desi, Zulma, Bunga, Sellyca, Salsabilla, Okta, Sindi, serta Almh Anisya. Terima kasih atas doa, dukungan, dan kebersamaan sejak masa SMA hingga kini. Persahabatan ini adalah anugerah berharga yang semoga selalu mengantarkan kita pada kesuksesan.
16. Teman-teman KKN Desa Mekar Karya. Terima kasih atas kerja sama, kebersamaan, dan semangat yang telah kita bangun bersama selama pengabdian masyarakat. Pengalaman tersebut akan selalu menjadi kenangan indah sekaligus pelajaran berharga bagiku.
17. Kepada NPM 2115021092. Terima kasih pernah membersamaiku dalam proses perjalanan skripsi ini, memberikan semangat, dukungan, dan bantuan. Impian besar dimulai dari langkah kecil, teruslah melangkah walau pelan karena diam tak akan membawamu ke mana pun. Semoga setiap langkahmu diberkahi kesuksesan, *see you on top!*.
18. Serta kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Bandar Lampung, 02 Agustus 2025

Penulis,

Fitriani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penulisan.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Hipotesis	7
1.6 Kerangka Pikir	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Gambaran Umum Penelitian.....	11
2.3 <i>Parenting</i>	13
2.4 Media Sosial	16
2.5 YouTube Sebagai Media Informasi	17
2.6 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	19
2.7 Teori <i>Uses and Gratification</i>	21
III. METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Tipe Penelitian	23
3.2 Variabel Penelitian	24
3.3 Definisi Konseptual	24
3.4 Definisi Operasional	25
3.5 Populasi dan Sampel.....	28
3.6 Sumber Data	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8 Uji Instrumen Penelitian	31
3.9 Analisis Data.....	33
3.9.1 Uji Korelasi	33
3.9.2 Analisis Regresi Sederhana	34
3.9.3 Uji Determinasi	35
3.9.4 Uji Hipotesis.....	35
3.9.5 Uji ANOVA	36

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Uji Instrumen.....	37
4.1.1 Uji Validitas	37
4.1.2 Uji Reabilitas.....	39
4.2 Hasil Uji Data	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Statistik Deskripsi Informasi Umum	43
4.2.3 Statistik Deskripsi Variabel Pengaruh Menonton Konten YouTube <i>Parenting</i> Nikita Willy Official (X).....	44
4.2.4 Statistik Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda (Y)	53
4.2.5 Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	67
4.3 Hasil Analisis Data.....	72
4.3.1 Hasil Uji Korelasi.....	72
4.3.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	73
4.3.3 Hasil Uji Determinasi.....	74
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis	75
4.3.5 Hasil Uji ANOVA Berdasarkan Karakteristik Responden	77
4.4 Pembahasan Penelitian	80
4.4.1 Menonton Konten YouTube <i>Parenting</i> Nikita Willy Official ...	80
4.4.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda	86
4.4.3 Pengaruh Menonton Konten YouTube <i>Parenting</i> Nikita Willy Official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda.....	97
4.4.4 Pengaruh Menonton Konten YouTube <i>Parenting</i> Nikita Willy Official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda Berdasarkan Identitas Responden.....	99
4.4.5 Pengaruh Menonton Konten YouTube <i>Parenting</i> Nikita Willy Official Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda dalam Teori <i>Uses and</i> <i>Gratification</i>	103
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Nikita Willy.....	2
Gambar 2. Profile YouTube Nikita Willy Official	3
Gambar 3. Konten <i>Parenting</i> Nikita Willy Official	4
Gambar 4. Kerangka Pikir.....	8
Gambar 5. Profil YouTube Nikita Willy Official	12

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. (lanjutan).....	10
Tabel 3. (lanjutan).....	11
Tabel 4. Definisi Operasional	25
Tabel 5. (lanjutan).....	26
Tabel 6. (lanjutan).....	27
Tabel 7. Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 8. Koefisien Korelasi	33
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten <i>Parenting</i>)	37
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i>)	38
Tabel 11. Hasil Uji Reabilitas Variabel X (Konten <i>Parenting</i> Nikita Willy Official).....	39
Tabel 12. Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda).....	39
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	42
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Keluarga Per Bulan	42
Tabel 18. Statistik Deskripsi Variabel X dan Variabel Y.....	43
Tabel 19. Pernyataan nomor 1	44
Tabel 20. Pernyataan nomor 2	45
Tabel 21. Pernyataan nomor 3	45
Tabel 22. Pernyataan nomor 4	46
Tabel 23. Pernyataan nomor 5	47

Tabel 24. Pernyataan nomor 6	47
Tabel 25. Pernyataan nomor 7	48
Tabel 26. Pernyataan nomor 8	48
Tabel 27. Pernyataan nomor 9	49
Tabel 28. Pernyataan nomor 10	50
Tabel 29. Pernyataan nomor 11	51
Tabel 30. Pernyataan nomor 12	51
Tabel 31. Pernyataan nomor 13	52
Tabel 32. Pernyataan nomor 14	53
Tabel 33. Pernyataan nomor 1	54
Tabel 34. Pernyataan nomor 2	55
Tabel 35. Pernyataan nomor 3	55
Tabel 36. Pernyataan nomor 4	56
Tabel 37. Pernyataan nomor 5	57
Tabel 38. Pernyataan nomor 6	57
Tabel 39. Pernyataan nomor 7	58
Tabel 40. Pernyataan nomor 8	58
Tabel 41. Pernyataan nomor 9	59
Tabel 42. Pernyataan nomor 10	60
Tabel 43. Pernyataan nomor 11	60
Tabel 44. Pernyataan nomor 12	61
Tabel 45. Pernyataan nomor 13	61
Tabel 46. Pernyataan nomor 14	62
Tabel 47. Pernyataan nomor 15	63
Tabel 48. Pernyataan nomor 16	63
Tabel 49. Pernyataan nomor 17	64
Tabel 50. Pernyataan nomor 18	65
Tabel 51. Pernyataan nomor 19	65
Tabel 52. Pernyataan nomor 20	66
Tabel 53. Pernyataan nomor 21	66
Tabel 54. Pernyataan nomor 22	67

Tabel 55. Data Persentase Kategori Nilai Variabel.....	69
Tabel 56. Rekapitulasi Variabel X (Pengaruh Menonton Konten YouTube <i>Parenting</i> Nikita Willy Official)	70
Tabel 57. Rekapitulasi Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Parenting</i> Pada <i>Subscribers</i> Ibu Muda).....	71
Tabel 58. Hasil Uji Korelasi	72
Tabel 59. Koefisien Korelasi	73
Tabel 60. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	73
Tabel 61. Hasil Uji Determinasi	75
Tabel 62. Hasil Uji Parsial (Uji t)	76
Tabel 63. Hasil Uji ANOVA Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 64. Hasil Uji ANOVA Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	78
Tabel 65. Hasil Uji ANOVA Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 66. Hasil Uji ANOVA Berdasarkan Penghasilan Keluarga Per Bulan	79

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Parenting atau pengasuhan anak merupakan sebuah bidang yang mengkaji cara orang tua atau orang yang mengasuh anak dalam berinteraksi dengan anak-anak demi mendukung proses perkembangan fisik, mental, dan emosional anak. *Parenting* berperan besar dalam perkembangan karakter dan kepribadian anak serta memengaruhi bagaimana anak beradaptasi dengan lingkungan sosial mereka (Nasution dkk., 2024). Menurut rri.co.id faktor yang mempengaruhi perkembangan anak ialah *nature* dan *nurture*. Dimana *nature* merupakan pemberian tuhan yang tidak dapat di ubah sedangkan *nurture* ialah faktor pengasuhan seperti stimulasi, nutrisi, pola asuh, dan lainnya.

Peran pengasuhan menjadi krusial mengingat periode awal kehidupan anak menentukan karakter dan kecerdasan mereka. Hal ini membuat semakin banyak orang tua menyadari pentingnya pembelajaran tentang cara terbaik dalam mengasuh anak (Wulandari dan Tahera, 2024). Hasil penelitian kesadaran *parenting* oleh Salwa dan Zainal tahun 2024 dengan 8 informan mengatakan bahwa orang tua mulai gemar mempelajari informasi *parenting* sebagai bekal penting dalam mendidik dan membimbing anak. Mereka cenderung menginginkan penerapan *parenting* sesuai zaman dibandingkan informasi dari generasi terdahulu dikarenakan pengalaman yang tidak mengenakan.

Secara tradisional, informasi *parenting* dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti konsultasi dengan ahli, seminar, buku, dan jurnal ilmiah (Febyaningsih dan Nurfadilah, 2019). Namun, seiring dengan perkembangan teknologi terutama di bidang internet dan media sosial, cara orang tua mendapatkan informasi *parenting* mengalami pergeseran yang sangat signifikan. Sebanyak 70% ibu muda menggunakan media online untuk mendapatkan informasi *parenting*, sementara 30% memilih untuk mendapatkan informasi *parenting* melalui cara konvensional (Afrilia dalam Hapsari dkk., 2020).

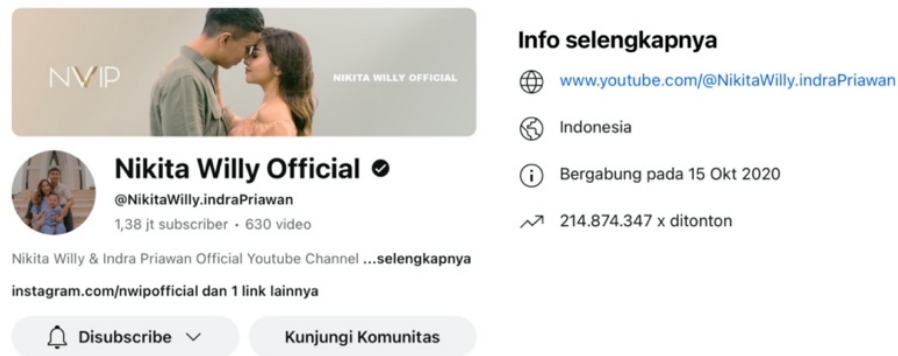
Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sarana informasi untuk memperluas wawasan penggunaannya (Nurhaida dkk., 2022). Di antara berbagai jenis media online, YouTube menjadi salah satu saluran informasi *parenting*. Berdasarkan Survey Digital Mum oleh theAsianparent menyatakan bahwa 78% ibu mengakses konten parenting dengan 84% menggunakan YouTube. YouTube ialah media sosial yang terhubung ke internet dengan menampilkan konten video, pengguna dapat mempublikasikan berbagai informasi melalui saluran mereka sendiri (Nasrullah dalam Bachmid, 2023).

Data dari *Social Media Examiner* pada tahun 2022 menunjukkan lebih dari 1500 video yang diunggah di YouTube Indonesia berkaitan dengan topik *parenting*, baik melalui saluran yang dikelola oleh para profesional maupun individu yang berbagi pengalaman mereka secara pribadi (Lestari, 2021). Salah satu saluran YouTube *parenting* yang dikelola oleh individu adalah Nikita Willy Official. Saluran YouTube ini milik seorang artis asal Indonesia yaitu Nikita Willy. Ia mulai membuat saluran YouTube pada tanggal 15 Oktober 2020. Nikita Willy aktif membuat konten seputar kehidupan pribadi pasca pernikahannya termasuk membuat konten pengalaman pribadi dalam membesarkan anak. Sebagai artis Nikita Willy memiliki popularitas tinggi dengan jutaan pengikut di media sosial sehingga memiliki jangkauan audiens yang luas dan mampu membentuk pendapat ibu muda bahkan banyak orang melihatnya sebagai panutan.



Gambar 1. Nikita Willy

Sumber : [Instagram.com/nikitawillyofficial94](https://www.instagram.com/nikitawillyofficial94)

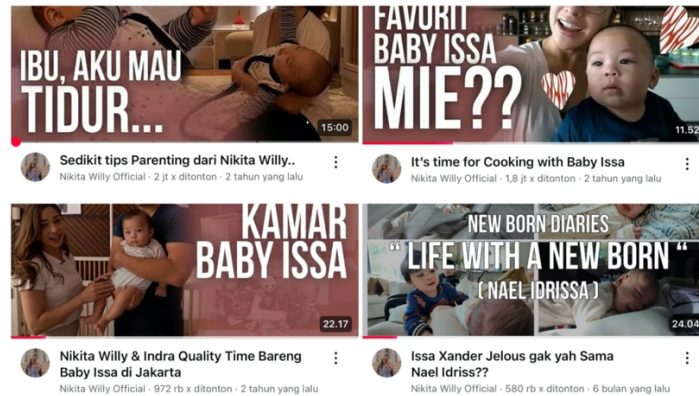


Gambar 2. Profile YouTube Nikita Willy Official

Sumber : Youtube.com/@NikitaWillyindraPriawan

YouTube Nikita Willy Official memiliki 1,38 juta pengikut dengan total 630 video per Agustus 2025. Jika dibandingkan dengan konten ahli *parenting* maka konten *parenting* artis lebih diminati ibu muda. Pengaruh ahli *parenting* tidak sekuat pengaruh dari artis terkenal karena ahli *parenting* memiliki kredibilitas akademis sehingga audiens terbatas pada pencari informasi, hal itu terlihat pada konten YouTube *parenting* Nikita Willy yang lebih populer daripada dr. Aisah Dahlan. dr. Aisyah Dahlan adalah dokter spesialis anak yang turut membuat konten YouTube *parenting* dengan 286 ribu pengikut dan total 399 video per Agustus 2025. Konten yang dibuat berbasis ilmu pengetahuan dengan pendekatan formal dan mendalam seperti teori, penelitian, dan rekomendasi medis tentang *parenting*. Sedangkan Nikita Willy memilih gaya sederhana berdasarkan pengalaman pribadi sebagai ibu muda.

Konten *parenting* Nikita Willy yang banyak menjadi perbincangan berjudul “Sedikit tips *parenting* dari Nikita Willy” yang menceritakan *parenting* yang ia gunakan seperti tips ketika anak menjelang tidur, tidak memberikan gadget kepada anak, dan pentingnya memberikan rutinitas kepada anak. Hingga kini video tersebut sudah ditonton sebanyak 2 juta kali dan mendapat 903 komentar. Kemudian, video terbaru yang berjudul “Issa Xander *Jelous* gak yah Sama Nael Idris?” telah ditonton 580 ribu kali dengan 346 komentar menceritakan pengalamannya dalam mengasuh anak pertama dan anak kedua yang baru lahir pada Desember 2024.



Gambar 3. Konten *Parenting* Nikita Willy Official

Sumber : Youtube.com/@NikitaWillyindraPriawan

Selain itu, terdapat konten kehidupan sehari-hari yang diselengi dengan informasi *parenting* seperti konten “*It’s Time for Cooking with Baby Issa*” menceritakan kegiatan memasak makanan anak yang ditonton 1,8 juta kali dengan 1,2 ribu komentar dan konten “*Nikita Willy & Indra Quality Time Bareng Baby Issa di Jakarta*” menceritakan *parenting* saat bermain dengan anak yang ditonton 972 ribu kali dengan 722 komentar. Mayoritas komentar menunjukkan respon positif dengan menyatakan *parenting* Nikita Willy bagus dan patut untuk dicontoh. Namun, masih ada beberapa komentar kurang setuju seperti anggapan bahwa *parenting* tersebut mengadopsi gaya barat dan menilai ekonomi yang berkecukupan seperti Nikita Willy menciptakan *parenting* yang jauh lebih baik sehingga kurang relevan untuk ekonomi yang cukup rendah.

Kehadiran konten *parenting* di YouTube sangat membantu bagi orang tua, terutama bagi ibu muda yang baru mulai menjalankan peran sebagai orang tua, untuk menemukan cara-cara praktis yang sesuai dengan situasi keluarga mereka. Kondisi keluarga yang beragam akan menghasilkan pola pengasuhan yang berbeda pula. Keadaan sosial ekonomi dan tingkat pendidikan orang tua merupakan faktor yang memengaruhi cara mereka membesarkan anak. Orang tua yang berpendidikan tinggi cenderung memiliki perspektif yang lebih luas dan orang tua dengan status ekonomi menengah dapat memenuhi semua kebutuhan keluarga serta bersikap lebih ramah (Putri dkk., 2024).

Pengalaman subjektif yang dialami setiap orang tua cenderung berbeda, pencarian informasi di internet memicu semangat untuk lebih baik dalam mengasuh anak dan mendapatkan hiburan (Pratiwi dkk., 2024). Oleh karena itu, kebutuhan informasi *parenting* dapat dikategorikan berdasarkan jenis kebutuhan informasi seperti kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan *parenting* sesuai keadaan, kebutuhan afektif berkaitan dengan kesenangan dan emosi, kebutuhan integrasi personal yang berkaitan dengan peningkatan percaya diri. Kebutuhan integrasi sosial yang memungkinkan Ibu muda berinteraksi dengan Ibu muda lainnya terkait *parenting*. Kebutuhan pelepasan berkaitan dengan pelepasan ketegangan dengan konten *parenting* yang menghibur misalnya sosok anak yang lucu.

Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat terpenuhi dengan melihat tingginya tingkat durasi, atensi, dan frekuensi menonton konten *parenting*. Seseorang yang menonton konten *parenting* dengan durasi yang lama, frekuensi menonton hampir setiap hari, dan memberikan perhatian penuh memungkinkan terpenuhinya kebutuhan informasi *parenting*. Mereka tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi berusaha mempelajari *parenting* secara cermat dan mendalam dengan memilih media yang dianggap sesuai. Sesuai dengan teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa seseorang aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka untuk mencapai kepuasan. Seperti ibu muda yang aktif menonton konten *parenting* di YouTube untuk memenuhi tuntutan peran sebagai orang tua, ibu muda bertindak sebagai audiens yang bukan sekadar khalayak pasif tetapi juga khalayak aktif yang memilih media untuk memenuhi kebutuhan pengasuhan anak mereka.

Penelitian pengaruh menonton konten *parenting* YouTube Nikita Willy Official sangat penting untuk memahami peran YouTube dalam *parenting* di era digital. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana konten yang santai, menarik, mudah dicerna, dan relevan dengan kehidupan dapat memengaruhi persepsi dan keputusan pengasuhan ibu muda dan membantu memberikan rekomendasi bagaimana cara meningkatkan konten *parenting* di media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Seberapa besar pengaruh menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda?”

1.3 Tujuan Penulisan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official dalam memenuhi kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yang dirinci sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat meningkatkan wawasan mengenai peran media digital sebagai sarana informasi, sekaligus berkontribusi dalam memperluas kajian literatur yang mengacu pada teori *uses and gratifications*. Selain itu, bagi disiplin ilmu komunikasi bermanfaat untuk memperdalam kajian pola pemanfaatan media digital, motivasi audiens dalam mengonsumsi konten, serta implikasinya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di era media baru.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh kreator konten atau *influencer* sebagai acuan dalam merancang materi *parenting* yang lebih efektif. Kemudian, bagi masyarakat dapat berguna sebagai peningkatan literasi *parenting* serta memberikan dukungan psikologis, seperti rasa percaya diri dan motivasi sebagai orang tua, dan bagi organisasi/lembaga pendidikan keluarga dapat digunakan sebagai strategi komunikasi yang lebih tepat guna dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

1.5 Hipotesis

Hipotesis penelitian ialah sebuah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah dituangkan dalam kalimat pertanyaan (Priadana dan Sunarsi, 2021). Berikut hipotesis penelitian ini :

H_0 : Tidak adanya pengaruh menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda

H_1 : Adanya pengaruh pengaruh menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda

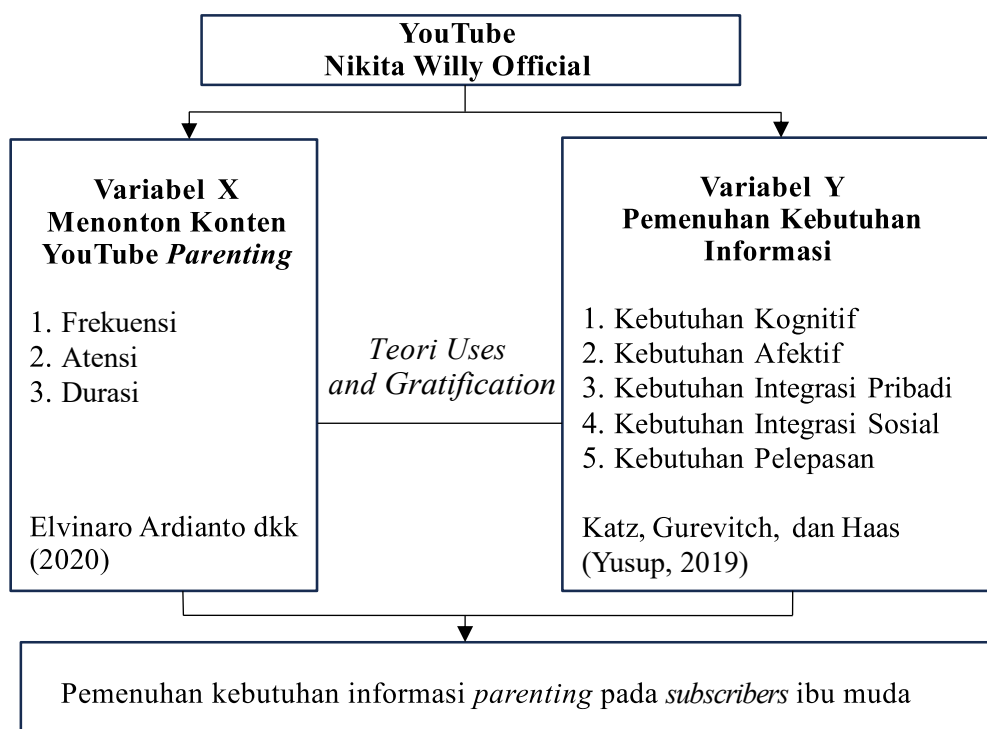
1.6 Kerangka Pikir

YouTube merupakan salah satu video platform yang populer dan mudah diakses untuk berbagi berbagai informasi dan hal lainnya. Banyak masyarakat yang memanfaatkan YouTube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi seperti para ibu muda yang menggunakan YouTube untuk mendapatkan informasi dan edukasi *parenting*. Akun YouTube Nikita Willy Official memiliki 1,38 juta *subscribers* dengan menghadirkan konten yang berisi informasi *parenting* yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan memenuhi kebutuhan pengguna terkait informasi *parenting*.

Variabel bebas (X) pada penelitian ini yaitu menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dipahami dengan menganalisis indikator menurut Ardianto dkk (2020) yaitu frekuensi yang berkaitan dengan seberapa sering seseorang menonton, atensi berkaitan dengan seberapa besar perhatian yang diberikan saat menonton, dan durasi berkaitan dengan lama waktu yang dihabiskan untuk menonton. Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda dianalisis menggunakan indikator kebutuhan informasi menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (Yusup, 2019) seperti kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan kebutuhan untuk

menambah pengetahuan atau informasi, kebutuhan afektif berkaitan dengan kebutuhan individu pada kesenangan atau emosi, kebutuhan integrasi pribadi berkaitan pada kredibilitas, stabilitas, dan status seseorang, kebutuhan integrasi sosial berkaitan dengan keinginan berkelompok, dan kebutuhan pelepasan berkaitan dengan melepaskan ketegangan serta mencari hiburan.

Landasan penelitian yang digunakan adalah teori *uses and gratification* yang mengeksplorasi peran aktif individu dalam memilih serta memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pribadi. Teori ini melihat individu sebagai makhluk yang secara sadar menentukan pilihan media tertentu berdasar pada motivasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam penelitian ini, teori *uses and gratification* menekankan pemanfaatan platform media sosial YouTube untuk memenuhi kebutuhan informasi, khususnya bagi ibu muda sebagai pengguna yang mencari informasi *parenting* melalui saluran YouTube Nikita Willy Official. Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official dalam memenuhi kebutuhan informasi *parenting* pada ibu muda.



Gambar 4. Kerangka Pikir

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2025

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperluas teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Aspek Penelitian	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Konten TikTok Halimah (@Dailyjour) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengasuhan Anak.
	Peneliti	Dwi Gustina Purnama Sari dan Nurjanah (Universitas Riau 2023).
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya dampak yang ditimbulkan dari konten TikTok Halimah (@Dailyjour) dalam memenuhi kebutuhan informasi pengasuhan anak bagi pengikutnya.
	Perbedaan Penelitian	Terdapat perbedaan pada teori yang diterapkan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini menerapkan teori jarum hipodermik dan penelitian yang akan dilakukan menerapkan teori <i>uses and gratification</i> .
	Persamaan Penelitian	Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat pada variabel dan metode penelitian yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengasuhan anak menggunakan metode kuantitatif
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memberikan acuan bagi peneliti mengenai penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dalam pengasuhan anak.

Tabel 2. (lanjutan)

(1)	(2)	(3)
2.	Judul Penelitian	Instagram sebagai Media Informasi bagi Ibu Milenial dalam Pemenuhan Kebutuhan Pola Asuh Anak.
	Peneliti	Nurprapti Wahyu Widiyastuti dan Namira Aurum Salsabila (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023).
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dampak pemanfaatan media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi orang tua
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan tersebut terdapat pada objek penelitian yaitu akun Instagram @rainbowcastleid dengan akun YouTube Nikita Willy Official
	Persamaan Penelitian	Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas pemenuhan informasi mengenai cara mendidik anak bagi para ibu yang masih tergolong muda. Kemudian, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori <i>uses and gratification</i> .
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memberikan sumber referensi bagi peneliti mengenai teori <i>uses and gratification</i> serta pola pengasuhan anak untuk ibu yang masih muda.
3.	Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Media dan Kualitas Informasi Pada Akun YouTube Satu Porsen Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Subscribers</i> .
	Peneliti	Muhammad Perdana Nur dan M Ravii Marwan (Universitas Gunadarma 2024).
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana dampak dari paparan media serta mutu informasi yang terdapat di akun YouTube Satu Porsen dalam memenuhi kebutuhan informasi para <i>subscribers</i> .

Tabel 3. (lanjutan)

(1)	(2)	(3)
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini memiliki perbedaan variabel dengan penelitian yang akan dilakukan. Variabel bebas (X) pada penelitian yang akan dilakukan hanya terdiri dari satu variabel yaitu menonton konten YouTube <i>parenting</i> . Sedangkan penelitian ini memiliki dua variabel bebas, yaitu (X1) terpaan media dan (X2) kualitas informasi.
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini tampak pada teori yang diterapkan, yaitu teori <i>uses and gratification</i> . Kemudian, platform yang digunakan adalah YouTube.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini berkontribusi memberikan referensi literasi kepada peneliti mengenai teori <i>uses and gratification</i> serta memperluas pemahaman tentang YouTube.

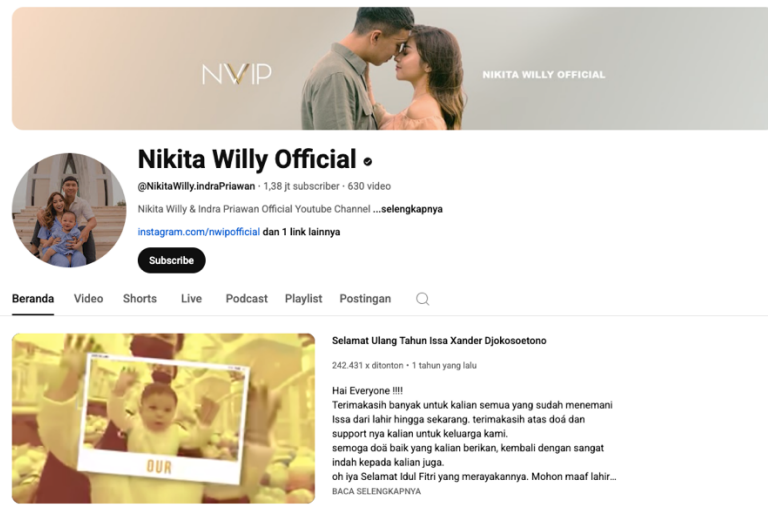
Sumber: Hasil olah data penelitian, 2025

2.2 Gambaran Umum Penelitian

Akun Nikita Willy Official merupakan akun YouTube pribadi milik Nikita Purnama Willy atau yang kerap dikenal dengan Nikita Willy. Nikita Willy adalah seorang selebriti dari Indonesia yang dilahirkan di Jakarta pada 29 Juni 1994. Dia memulai perjalanan karirnya sebagai aktris saat berusia enam tahun melalui serial televisi yang berjudul “Bulan dan Bintang”. Setelah sukses dalam dunia sinetron dan dijuluki dengan ratu sinetron, Nikita Willy mencoba untuk mengembangkan karirnya menjadi seorang penyanyi dengan merilis album pertama “Lebih Dari Indah” pada tahun 2012.

Selain menjadi seorang aktris dan penyanyi, Nikita Willy juga mengembangkan karirnya dengan menjadi seorang YouTuber. Nikita Willy mulai membuat saluran YouTube dengan nama Nikita Willy Official pada tanggal 20 Oktober 2020. Sejak saat itu, Nikita Willy aktif membagikan kisah kehidupan pribadinya melalui saluran YouTube tersebut. Video pertama yang di unggah oleh Nikita

Willy bercerita tentang persiapan pernikahannya dengan sang calon suami. Kini, akun YouTube Nikita Willy Official telah memiliki 1,38 juta subscriber dengan total unggahan video mencapai 630 video per Agustus 2025.



Gambar 5. Profil YouTube Nikita Willy Official

Sumber : Youtube.com/@NikitaWillyindraPriawan

Pada 7 April 2022, Nikita Willy menjadi ibu untuk pertama kalinya dengan kelahiran anak yang dinamai Issa Xander Djokosoetono. Sejak memasuki peran sebagai ibu, ia secara aktif membagikan berbagai konten bersama putranya melalui saluran YouTube miliknya. Konten yang dibuat oleh Nikita Willy menceritakan kebersamaannya dengan Issa dan pengalaman pribadinya dalam mengasuh sang buah hati, pola asuh yang dilakukan oleh Nikita Willy berhasil mencuri perhatian masyarakat. Seperti pada unggahan videonya dengan judul “Sedikit Tips *Parenting* dari Nikita Willy” yang saat ini sudah mendapatkan 2 juta kali penayangan per Agustus 2025. Video tersebut disukai oleh 32 ribu orang dan mendapat 903 komentar, secara keseluruhan komentar tersebut berisikan tanggapan positif dan meminta Nikita Willy untuk terus membuat konten yang membahas seputar *parenting*.

Banyaknya antusias dan tanggapan positif yang diterima oleh Nikita Willy terkait konten *parenting* membuat Nikita Willy lebih semangat dan tertarik

untuk membagikan konten tentang ilmu *parenting* yang telah ia pelajari dari berbagai sumber dan diterapkan pada sang anak, konten tersebut dituangkan dalam video yang berbentuk video-blog atau vlog. Nikita Willy juga membuat podcast khusus *parenting* dalam saluran YouTubenya dengan mengundang narasumber yang ahli di bidang *parenting*, podcast ini diberi nama *Mom's Corner*. Salah satu konten dari podcast *Mom's Corner* yang banyak ditonton ialah *Mom's Corner* episode 26 bersama dr.Aisah Dahlan yang membahas bagaimana mengatasi anak yang tantrum dengan 5 baterai kasih sayang. Episode tersebut telah ditonton sebanyak 1,4 juta kali dengan mendapat 1,1 ribu komentar per Agustus 2025, banyak dari penonton berpendapat bahwa tips yang diberikan sangat bermanfaat.

Dalam podcast YouTube Curhat Bang milik Denny Sumargo, Nikita Willy mengatakan ketika ia mempunyai sebuah ilmu maka ia harus mampu membagikan informasi tersebut kepada orang-orang. Oleh karena itu, ia berusaha membagikan informasi *parenting* kepada masyarakat terutama bagi ibu-ibu muda yang membutuhkan edukasi *parenting* dengan membuat konten YouTube. Beberapa informasi *parenting* yang ia bagikan ialah cara mendidik anak untuk mandiri dan sederhana, penerapan *sleep training* pada anak, memberikan anak makan dengan baik, hingga pemberian rutinitas pada anak.

Selain mendapat tanggapan positif, konten *parenting* Nikita Willy juga mendapat tanggapan negatif dari beberapa orang. Mereka beranggapan bahwa *parenting* yang dilakukan oleh Nikita Willy terlalu berlebihan dan mengadopsi gaya barat. Kemudian, ada juga yang beranggapan bahwa Nikita Willy dapat menerapkan pola asuh seperti itu karena kehidupannya yang berkecukupan.

2.3 *Parenting*

Istilah *parenting* berasal dari bahasa Inggris, yakni kata *parent* yang berarti orang tua, dan akhiran *-ing* yang menunjukkan suatu tindakan atau proses. Oleh karena itu, secara etimologis, *parenting* dapat diartikan sebagai aktivitas atau proses yang dilakukan oleh orang tua dalam menjalankan peran dan tanggung

jawab mereka. Konsep *parenting* berarti pengasuhan yang dilakukan oleh orang tua (ayah, ibu, atau pengasuh) yang akan mendampingi, membimbing, dan mendidik seluruh proses pertumbuhan anak dengan merawat, melindungi, dan mengarahkan kehidupan baru di setiap proses perkembangan anak. (Rachmi dkk., 2022). Menurut Santrock dalam Surahman (2021), *parenting* merupakan berbagai bentuk tindakan yang dilakukan oleh orang tua atau pengasuh utama dalam rangka memenuhi kebutuhan anak. Kebutuhan tersebut meliputi aspek fisik yaitu makanan, pakaian, dan tempat tinggal, serta kebutuhan emosional yang seperti rasa aman, kasih sayang, dan cinta. *Parenting* atau pengasuhan anak merupakan proses penting yang berkontribusi dalam membentuk perkembangan anak secara menyeluruh, baik dari segi fisik, psikologis, maupun sosial (Supriani & Arifudin, 2023).

Proses *parenting* tidak hanya berfokus pada optimalisasi perkembangan anak, tetapi juga bertujuan untuk membekali mereka dengan kemampuan menghadapi berbagai tantangan di masa depan. Gaya pengasuhan yang responsif, pemberian dukungan emosional, serta interaksi yang baik antara orang tua dan anak memiliki dampak besar terhadap perilaku dan respons anak pada lingkungan sekitarnya (Putra, 2024). Baumrind dalam Wulandari (2024) mengelompokkan cara pengasuhan orang tua menjadi tiga kategori utama, yaitu otoriter, permisif, dan otoritatif. Di antara ketiga jenis pola asuh, pola asuh otoritatif dianggap yang paling ideal karena dapat menyeimbangkan antara kontrol orang tua dan pemberian kebebasan yang seimbang bagi anak.

Adapun faktor pembeda tipe *parenting* menurut Susanto dalam buku “*Positive Parenting Membangun Karakter Positif anak*”, yakni:

a. Status sosial ekonomi

Status ekonomi menengah keatas lebih memfokuskan perkembangan anak dengan memantau perkembangan dan memenuhi segala kebutuhan anak sehingga intelektual anak berkembang dengan baik. Namun, anak akan merasa tidak bebas karena dipantau orang tua dan berbeda dengan orang bertatus ekonomi kebawah yang cenderung membebaskan anaknya.

b. Pendidikan Orang tua

Sikap orang tua pada pola asuh dan perkembangan anak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan orang tua.

c. Lingkungan

Lingkungan mengajarkan anak agar bermoral, bernilai, dan berperilaku baik di masyarakat. Sebagai orang tua tentunya harus memotivasi anak untuk bersikap patuh pada norma di masyarakat di lingkungan sekitar.

d. Pengalaman

Pengalaman yang didapat oleh orang tua akan memiliki keterkaitan dengan *parenting* yang dilakukan, sebab orang tua akan memberikan pengasuhan sesuai dengan prinsip dan nilai yang dipercayainya dan sesuai dengan karakter orang tua, kisah perkawinan orang tua, dan alasan adanya anak.

e. Kepribadian Orang Tua

Orang tua yang memiliki sikap otoriter akan menerapkan pola asuh yang cenderung kaku. Hal tersebut berbeda dengan orang tua dengan kepribadian terbuka yang menekankan pentingnya komunikasi terbuka.

f. Keyakinan

Sesuatu yang diyakini oleh orang tua sering digunakan sebagai cara membesarkan anak dengan benar.

g. Budaya

Orang tua biasanya menerapkan cara yang dilakukan oleh masyarakat setempat sebab terdapat pola yang mengakar di masyarakat.

Parenting pada masa sekarang tentunya berbeda dengan zaman dahulu, *parenting* mengalami perubahan signifikan karena pengaruh teknologi dan media digital. Orang tua harus mengikuti perkembangan zaman yang sedang berlangsung agar anak tumbuh menjadi lebih baik. Kini, orang tua memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi seputar *parenting*, termasuk melalui media sosial dan platform berbasis video seperti YouTube. Sebanyak 55,40% orang tua dengan generasi milenial di Indonesia mengakses informasi seputar *parenting* menggunakan internet, 14% menggunakan buku, 13,80% melalui keluarga, dan 1,40% melalui tetangga. (Setyastuti dkk., 2019).

Parenting dianggap penting untuk dipahami oleh orang tua karena orang tua adalah pendidik utama bagi anak. Melalui pemahaman tentang *parenting*, orang tua dapat mengenali tahapan pertumbuhan dan perkembangan anak secara lebih mendalam. Pengetahuan ini mendorong orang tua untuk terus meningkatkan kualitas *parenting*, membangun hubungan yang lebih harmonis dengan anak, serta lebih bijak dalam menjelaskan hal yang benar dan salah. Selain itu, pemahaman yang baik tentang *parenting* memungkinkan orang tua untuk menghadapi dan menyelesaikan berbagai permasalahan anak dengan lebih efektif.

2.4 Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan berbagai jenis interaksi sosial, seperti berbagi informasi, foto, video, dan konten lainnya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), media sosial berperan sebagai platform bagi penggunanya untuk berbagi informasi melalui teks, foto, video, atau suara, baik di antara satu sama lain maupun antara seseorang dan perusahaan. Media sosial termasuk dalam kategori media daring yang memberi kemudahan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan konten secara mandiri. Media sosial adalah platform komunikasi yang didasarkan pada internet yang memfasilitasi interaksi dua arah, mendorong percakapan yang interaktif, serta memperkuat ikatan di antara penggunanya (Liedfray dkk., 2022).

Ciri khas dari media sosial antara lain keterhubungan antarindividu, tingkat interaktivitas yang tinggi, dan partisipasi aktif dari pengguna. Tidak seperti media tradisional yang bersifat satu arah, media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk berkomunikasi secara langsung, membagikan pendapat, serta memberikan respons secara *real time*. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi terbentuknya komunitas dan jaringan sosial berdasarkan minat atau tujuan tertentu, menciptakan ruang virtual yang mendukung interaksi dan keterlibatan sosial secara luas.

Media sosial menjadi suatu cara yang baru dalam masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi informasi karena kehadiran media sosial yang membuat informasi dapat dengan mudah diakses tanpa adanya batasan ruang dan waktu (Zuniananta, 2023). Media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi, dokumentasi atau publikasi, pendidikan, serta layanan digital berbasis internet kepada masyarakat. (Damayanti, 2023). Secara keseluruhan, media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan modern, memengaruhi cara orang berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan membangun hubungan. Media digital memiliki peran ganda dalam kehidupan masyarakat modern. Di satu sisi, media digital termasuk YouTube memberikan kemudahan akses informasi, namun di sisi lain dapat menimbulkan dampak negatif seperti sifat adiktif dan konten yang bersifat toksik (Suharti dkk., 2025).

2.5 YouTube Sebagai Media Informasi

YouTube adalah salah satu platform sosial yang menawarkan berbagai macam video, mulai dari film, video musik, hingga konten yang dibuat langsung oleh penggunaannya. Menurut Miller dalam Ekohandito (2023) menyatakan bahwa YouTube dikenal sebagai ruang komunitas online untuk berbagi video, tempat pengguna mengunggah dan melihat berbagai jenis konten. YouTube berfungsi sebagai situs berbagi video yang memberi keleluasaan kepada setiap individu untuk mengekspresikan pandangan, gagasan, hingga nilai-nilai personal melalui media visual (Fauzan, 2019).

YouTube didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada masa awal pengembangannya, Chad Hurley dan Steve Chen menghadapi tantangan dalam hal berbagi video secara daring. Meskipun demikian, hambatan tersebut tidak menghentikan perkembangan YouTube. Pada tahun 2006, YouTube mulai berkembang sebagai perusahaan rintisan teknologi setelah memperoleh pendanaan sebesar 11,5 juta dolar Amerika dari Sequoia Capital. Saat ini, YouTube telah menjadi salah satu layanan video yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet. Menurut penelitian yang

dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, YouTube berada di urutan teratas sebagai platform video yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia, dengan tingkat penggunaan mencapai 93,63%.

Menurut Wiryany (2019) kelebihan YouTube ialah memudahkan penggunaanya mencari hal yang dibutuhkan hanya dengan mengetik satu kata kunci, YouTube juga memiliki konten yang lebih beragam dibandingkan dengan platform media lainnya. Kemudian YouTube dapat berperan sebagai sarana pembelajaran otodidak sehingga mempermudah seseorang untuk menggali potensi diri dengan menonton tutorial pada YouTube. Selain itu, terdapat pula kekurangan YouTube seperti konten berbau asusila yang bebas diakses sehingga tidak cocok untuk anak dibawah umur dan terdapatnya berita bohong.

Pada platform YouTube pengguna dapat membuat saluran YouTube sendiri dan berlangganan kepada saluran lain. YouTube juga memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi melalui fitur komentar, suka, dan berbagi video serta menyediakan alat sederhana untuk memproses video agar pengguna dapat mengedit video sebelum di unggah. Saat ini, YouTube telah menawarkan fitur yang memudahkan orang untuk mendapatkan informasi, salah satunya adalah pencarian yang dikelompokkan dalam kategori seperti musik, permainan, makanan, dan sebagainya. Selain itu, platform ini juga menyediakan layanan siaran langsung (*live streaming*), yang memungkinkan pemilik akun untuk berkomunikasi secara *real time* dengan audiens melalui fitur obrolan langsung (Reynata, 2022).

YouTube memuat beragam jenis konten video, mulai dari musik, vlog, film, tutorial, hingga cuplikan-cuplikan lucu dan bentuk hiburan lainnya. Oleh karena itu, platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga berperan sebagai media penyebaran informasi. YouTube menyediakan ruang bagi penggunaanya untuk berbagi konten, mencari informasi, serta memperoleh referensi sesuai kebutuhan. Efektivitas YouTube sebagai media informasi

dinilai tinggi karena platform ini telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat, terutama di kalangan pengguna perangkat *smartphone* (Machidhar, 2022). Menurut Elvinaro Ardianto (2020) penggunaan media meliputi beberapa faktor yaitu :

1. Frekuensi

Seberapa sering pesan diterima saat dibaca, dilihat, atau didengar dari media disebut frekuensi.

2. Atensi

Atensi didefinisikan sebagai tingkat perhatian atau fokus seseorang terhadap pesan yang disampaikan oleh media.

3. Durasi

Durasi didefinisikan sebagai jumlah waktu yang dihabiskan oleh seseorang untuk memperhatikan konten pesan yang disampaikan oleh sebuah media.

2.6 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan elemen krusial dalam kehidupan manusia yang mendorong seseorang untuk mencari, mengolah, dan memanfaatkan beragam sumber informasi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan maupun penyelesaian masalah. Kebutuhan ini timbul saat terjadi perbedaan antara pengetahuan yang dimiliki dengan informasi yang dicari atau diperlukan. Proses pemenuhan kebutuhan informasi tidak hanya melibatkan aktivitas pencarian data, tetapi juga mencakup dimensi kognitif, emosional, dan sosial. Berbagai model kebutuhan informasi mengungkapkan bahwa kebutuhan ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti lingkungan sosial, struktur organisasi, serta karakteristik personal individu (Bungsu dkk., 2023).

Proses pencarian informasi mencakup berbagai perilaku, seperti meminta bantuan, mengeksplorasi sumber daya, atau memanfaatkan teknologi. Di era digital, pemenuhan kebutuhan informasi menjadi semakin kompleks karena melimpahnya data yang tersedia. Kemudahan akses informasi dapat menimbulkan tantangan baru berupa kelebihan informasi, di mana individu mengalami kesulitan dalam menentukan relevansi dan validitas informasi yang

diterima. Oleh karena itu, literasi informasi menjadi kemampuan penting yang harus dimiliki (Yultan Demmangasa dkk., 2023).

Individu mencari informasi dalam upaya membuat keputusan, menyelesaikan masalah, atau memperluas pengetahuan mereka. Kebutuhan informasi sangat bervariasi sesuai dengan konteksnya, faktor sosial dan budaya juga berperan signifikan dalam memengaruhi bagaimana individu memenuhi kebutuhan informasinya. Budaya dapat menentukan jenis informasi yang dianggap penting, metode akses yang digunakan, dan tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi.

Selain itu, motivasi individu menjadi pendorong utama dalam pencarian informasi. Mereka yang memiliki motivasi intrinsik cenderung lebih aktif dan mendalam dalam mencari informasi, sementara motivasi ekstrinsik sering kali hanya mendorong pencarian untuk kebutuhan sesaat. (Minat dkk., 2022). Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (dalam Yusup, 2019), kebutuhan informasi dapat dikategorikan ke dalam lima jenis, yaitu:

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini berhubungan dengan hasrat seseorang untuk mendapatkan informasi, memperluas wawasan, serta mengenali dunia di sekitarnya. Kebutuhan kognitif muncul dari keinginan seseorang untuk menguasai dan memahami dunia di sekelilingnya. Selain itu, kebutuhan ini juga mencerminkan rasa ingin tahu serta semangat untuk menyelidiki berbagai hal.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif meliputi aspek emosional yang berhubungan dengan keinginan untuk mencari kesenangan, rasa puas secara estetis, dan pengalaman hiburan. Individu sering memanfaatkan berbagai media-baik cetak maupun digital-untuk memenuhi kebutuhan ini, seperti dengan menonton film, mendengarkan radio, membaca buku ringan, atau menonton televisi.

3. Kebutuhan Integrasi Personal (*Personal Integrative Needs*)

Kebutuhan integrasi personal terkait dengan usaha individu dalam memperkuat citra diri, memperoleh rasa percaya diri, serta mempertahankan stabilitas dan status sosial. Dorongan untuk memenuhi kebutuhan ini biasanya bersumber dari keinginan seseorang untuk dihargai dan merasa memiliki harga diri.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial (*Social Integrative Needs*)

Kebutuhan ini muncul dari keinginan individu untuk menciptakan hubungan sosial dan bergabung dengan kelompok. Kebutuhan integrasi sosial mencakup upaya mempererat hubungan dengan keluarga, teman, maupun komunitas, baik di lingkungan sekitar maupun secara global.

5. Kebutuhan Pelepasan (*Escape Needs*)

Kebutuhan pelepasan merujuk pada keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan atau rutinitas sehari-hari. Dalam konteks ini, individu mencari hiburan sebagai bentuk pelarian atau distraksi, seperti melalui tontonan ringan atau aktivitas menyenangkan lainnya.

2.7 Teori *Uses and Gratification*

Uses and gratification menitikberatkan pada bagaimana individu memanfaatkan isi media demi memenuhi kebutuhan pribadinya. Berbagai kebutuhan dan kepentingan audiens menjadi landasan untuk memahami bagaimana perilaku mereka saat mengakses media. Teori ini juga menjelaskan fenomena bagaimana pesan dari media diterima serta digunakan oleh individu atau kelompok. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi proses penerimaan pesan komunikasi massa dan bagaimana media digunakan oleh khalayak untuk tujuan tertentu.

Dalam perspektif *uses and gratification*, kebutuhan psikologis dan sosial menjadi pemicu utama seseorang dalam mencari informasi dari media massa maupun sumber lain. Kebutuhan tersebut kemudian melahirkan harapan tertentu terhadap media, yang memengaruhi pola konsumsi media, proses pemenuhan kebutuhan, serta dampak-dampak lain, baik yang diinginkan

maupun tidak (Rakhmat, 2019). Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch mengemukakan lima asumsi dasar dalam teori ini, yaitu:

1. Audiens yang berperan aktif. Hal ini berarti bahwa banyak orang yang menggunakan media massa memiliki tujuan tertentu saat mengaksesnya.
2. Audiens memiliki inisiatif dalam memilih media, sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.
3. Media massa bersaing dengan berbagai sumber informasi lainnya untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengguna. Pemilihan media oleh audiens sangat dipengaruhi oleh seberapa efektif media tersebut dapat menjawab kebutuhan mereka.
4. Tujuan penggunaan media dapat diketahui melalui informasi yang diberikan oleh audiens itu sendiri, karena mereka dianggap cukup paham untuk menjelaskan alasan dan kebutuhan mereka dalam kondisi tertentu.
5. Penelitian mengenai orientasi audiens harus didahulukan, sebelum mengevaluasi makna budaya dari media massa.

Dari kelima asumsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa audiens memiliki peran penting dalam memilih media yang diinginkan untuk dikonsumsi. Media kini bukan lagi menjadi satu-satunya tempat untuk mendapatkan informasi secara pasif, melainkan berfungsi sebagai sarana yang dipilih secara sadar oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhannya (Hadi dalam Putri & Deslia, 2024). Teori ini bertolak belakang dengan teori jarum suntik (*hypodermic needle theory*), karena dalam *uses and gratification* audiens diposisikan sebagai pihak yang aktif dan memiliki kuasa atas media yang mereka pilih. Teori ini menekankan pendekatan yang bersifat humanis, di mana orang memiliki kebebasan dan kontrol untuk memanfaatkan media sesuai dengan pilihan dan tujuan pribadi mereka. Katz, Blumer, dan Gurevitch percaya bahwa pengguna memiliki alasan yang jelas dalam mengakses media dan berhak menentukan bagaimana serta melalui apa media akan memengaruhi mereka.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang menitikberatkan pada pengumpulan data dalam bentuk angka dan analisis statistik untuk menguji hipotesis serta menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, penelitian kuantitatif didasarkan pada filosofi positivisme dan post-positivisme dengan menekankan penggunaan metode statistik, matematika, dan komputasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Penelitian kuantitatif bertujuan utama untuk memperluas model matematika, teori, atau hipotesis mengenai fenomena alam serta memahami bagaimana variabel saling berhubungan dalam populasi tertentu dengan memanfaatkan desain penelitian deskriptif dan eksperimental (Rustamana, 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang merupakan metode pengkombinasian antara proses pengumpulan data angka dengan analisis statistik untuk menggambarkan suatu fenomena secara terstruktur. Sasaran dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu isu serta memberikan jawaban yang objektif berdasarkan data yang diperoleh (Siroj, 2024).

Penelitian ini menerapkan metode survei sebagai pendekatan utama, di mana kuesioner dijadikan alat untuk mengumpulkan data. Survei merupakan teknik penelitian yang melibatkan pengambilan sampel untuk memperoleh gambaran mengenai populasi yang lebih luas. Tujuannya adalah untuk mengetahui karakteristik, perilaku, dan sifat-sifat umum dari populasi tersebut, sekaligus menyusun deskripsi serta menarik kesimpulan yang bersifat general. Metode ini dipilih oleh peneliti karena memungkinkan pengumpulan data secara luas tanpa perlu melakukan observasi mendalam, sehingga hasilnya dapat digunakan untuk menarik kesimpulan secara menyeluruh.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel mengacu pada konsep, ciri khas, atau gejala yang diamati dan dianalisis selama proses penelitian berlangsung. Menurut Sugiyono, variabel merupakan segala hal yang dapat diobservasi dan diteliti oleh bertujuan untuk memperoleh data serta menarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut (Priadana dan Sunarsi, 2024). Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

a. Variabel Bebas

Faktor yang mempengaruhi atau mengubah faktor lain disebut variabel bebas. Perubahan yang terjadi pada variabel lain dianggap sebagai dampak dari adanya variabel bebas tersebut. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official.

b. Variabel Terikat

Variabel yang perubahan atau kondisinya ditentukan oleh variabel lain disebut variabel terikat. Variabel ini merupakan hasil dari pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda.

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjabaran atau pemaparan tertulis mengenai hubungan antar variabel yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Definisi ini berfungsi untuk menjelaskan makna dari suatu konsep atau istilah tertentu yang digunakan dalam konteks penelitian (Pasaribu dkk., 2022). Definisi konseptual pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Menonton Konten YouTube *Parenting* Nikita Willy Official

Menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official adalah kegiatan menonton atau mengakses konten *parenting* seperti *tips and trick parenting*, sharing pengalaman *parenting*, dan hal lain berkaitan dengan *parenting* pada saluran YouTube Nikita Willy Official yang mencakup frekuensi, durasi, dan atensi. Frekuensi adalah tingkat keseringan menonton, durasi adalah lama atau waktu yang dihabiskan dalam menonton, dan atensi adalah proses menyimak atau memperhatikan suatu pesan dalam media.

b. Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Parenting*

Pemenuhan kebutuhan informasi merujuk pada proses di mana individu memperoleh dan memanfaatkan pengetahuan serta literasi untuk memenuhi berbagai keperluan pribadinya. Kebutuhan ini terdiri atas:

1. Kebutuhan kognitif, yaitu dorongan untuk mencari informasi dan memperluas wawasan atau pengetahuan.
2. Kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan mengenai aspek emosional dan kesenangan pribadi.
3. Kebutuhan integrasi pribadi, yaitu kebutuhan akan kestabilan diri, rasa percaya diri, dan pengakuan status sosial.
4. Kebutuhan integrasi sosial, yaitu kebutuhan individu untuk menciptakan hubungan dan menjadi bagian dari suatu kelompok atau komunitas.
5. Kebutuhan pelepasan, yaitu kebutuhan yang timbul dari keinginan untuk mengurangi stres dan mencari bentuk hiburan atau pelarian dari rutinitas.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan tentang suatu gagasan berdasarkan karakteristik yang dapat diamati dan diukur secara langsung. Definisi ini berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti dalam mengidentifikasi cara pengukuran variabel, serta membantu dalam proses pengujian hipotesis maupun menjawab pertanyaan penelitian (Pasaribu dkk., 2022).

Tabel 4. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
Variabel X : Konten Youtube <i>Parenting</i>	Frekuensi adalah tingkat keseringan dalam menonton.	- Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official setiap hari	Likert

Tabel 5. (lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)
		- Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official setiap 3-4 kali dalam seminggu - Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official setiap 8 kali dalam sebulan - Memutar kembali bagian tertentu dari konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official lebih dari tiga kali untuk mengingat dan memahami isinya	
	Atensi adalah memperhatikan pesan dalam suatu media.	- Kefokusan dalam menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official - Tidak melakukan aktivitas lain ketika menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official - Tidak melewatkan beberapa bagian konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official - Memperhatikan informasi dalam konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official - Mengingat isi konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official	Likert
	Durasi adalah lamanya waktu yang dihabiskan dalam menonton.	- Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official lebih dari 30 menit dalam sehari - Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official lebih dari 60 menit dalam seminggu - Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official hingga selesai - Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official saat waktu luang - Menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official dengan durasi lebih lama ketika mendapat rekomendasi dari kerabat	Likert

Tabel 6. (lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)
Variabel Y : Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>parenting</i>	Kebutuhan Kognitif adalah kebutuhan mengenai pencarian informasi dan memperluas wawasan atau pengetahuan.	- Bertambahnya pengetahuan dan informasi <i>parenting</i> - Menemukan metode pengasuhan terbaru yang dapat dipraktikkan - Lebih terbuka terhadap berbagai pendekatan dalam mendidik anak - Lebih memahami berbagai permasalahan dalam mengasuh anak	Likert
	Kebutuhan Afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan aspek emosional dan kesenangan pribadi.	- Senang saat menonton konten YouTube <i>parenting</i> Nikita Willy Official - Terinspirasi untuk mencoba hal baru dalam mengasuh anak - Lebih tenang dalam menghadapi tantangan pengasuhan anak - Merasa secara emosional didukung menjadi orang tua - Merasa lebih dekat dengan pengalaman <i>parenting</i> yang disampaikan oleh Nikita Willy	Likert
	Kebutuhan Integrasi Pribadi adalah kebutuhan akan kestabilan diri, rasa percaya diri, dan pengakuan status sosial.	- Peningkatan kepercayaan diri sebagai orang tua - Rasa bangga atas peran sebagai orang tua - Merasa bahwa prinsip dalam membesarkan anak menjadi lebih kuat - Termotivasi untuk menjadi orang tua yang lebih baik	Likert
	Kebutuhan Integrasi Sosial adalah kebutuhan individu untuk menciptakan hubungan dan tergabung dalam suatu kelompok atau komunitas	- Sering berdiskusi dengan orang tua lain - Perasaan pengalaman yang sama dengan orang tua lain - Merasa tidak sendirian dalam menghadapi tantangan <i>parenting</i> - Terdorong untuk bergabung dengan komunitas <i>parenting</i> - Mendapat banyak informasi baru mengenai <i>parenting</i> dari orang tua lainnya	

Tabel 7. (lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)
	Kebutuhan Pelepasan adalah kebutuhan yang timbul dari keinginan untuk mengurangi stres dan mencari bentuk hiburan atau pelarian dari rutinitas.	- Penonton merasa lebih terbantu dalam mengalihkan perhatian dari aktivitas harian - Penonton merasa lebih rileks setelah melihat tingkah anak yang lucu dalam konten - Penonton terbantu melupakan masalah pribadi sejenak - Penonton merasa suasana hati membaik setelah menonton keseruan interaksi antara orang tua dan anak dalam konten	Likert

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2025

3.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan lengkap dari seluruh subjek yang menjadi sasaran dalam suatu penelitian. Secara umum, populasi mencakup baik objek maupun subjek penelitian yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik tertentu yang relevan dengan topik yang diteliti (Amin dkk., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah ibu muda *subscriber* akun YouTube Nikita Willy Official dengan jumlah yang tidak diketahui.

b. Sampel

Sampel adalah sekelompok elemen dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Sugiyono menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang mewakili keseluruhan (Amin dkk., 2023). Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling* yang merupakan cara pengelompokan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Jadi, sampel dalam penelitian ini terdiri dari ibu muda yang memenuhi kriteria tertentu sesuai tujuan dari penelitian. Beberapa kriteria yang digunakan sebagai batasan sampel dalam penelitian

ini adalah:

1. Ibu muda berusia 20-35 tahun
2. Sudah menikah dan memiliki minimal satu anak dengan usia balita
3. Aktif menggunakan media sosial YouTube
4. Mengikuti saluran YouTube Nikita Willy Official
5. Aktif menonton konten *parenting* saluran YouTube Nikita Willy Official

Karena tidak ada informasi mengenai jumlah populasi ibu muda yang mengikuti saluran YouTube Nikita Willy Official, peneliti menerapkan rumus *Lemeshow* untuk menentukan berapa banyak sampel yang diperlukan. Berikut adalah rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Sample

Z = Nilai Standar = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpa (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Menurut hasil perhitungan, total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04 yang dibulatkan menjadi 96 orang responden.

3.6 Sumber Data

a. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui distribusi kuesioner. Kuesioner adalah sebuah instrumen penelitian yang didalamnya terdapat serangkaian pertanyaan tertulis untuk diberikan kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya. Metode ini digunakan untuk mengukur variabel penelitian secara kuantitatif yang melibatkan penggunaan skala likert untuk memungkinkan analisis statistik data yang dikumpulkan.

b. Data Sekunder

Informasi yang didapatkan sumber eksternal atau sumber lain disebut data sekunder. Jenis data ini berfungsi sebagai pelengkap untuk menunjang hasil penelitian. Penggunaan data sekunder dalam penelitian ini mencakup berbagai literatur yaitu buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber online lainnya yang relevan dan mendukung penelitian ini.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Tahap mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis informasi secara tepat dan sistematis disebut sebagai proses pengumpulan data. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui platform Google Forms. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang telah

dirancang sebelumnya dan ditujukan untuk dijawab oleh responden. Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup di mana responden memilih salah satu dari beberapa pilihan jawaban yang telah tersedia. Untuk mengukur nilai dari pernyataan tersebut, peneliti menggunakan skala likert. Skala likert adalah bentuk umum dari skala pengukuran penelitian kuantitatif guna menilai data yang dikumpulkan. Berikut skala likert yang digunakan untuk mengukur nilai pertanyaan tersebut :

1. Jawaban yang menunjukkan sangat setuju diberikan skor 5, hal ini menunjukkan kategori sangat tinggi.
2. Jawaban yang menunjukkan setuju diberikan skor 4, hal ini menunjukkan kategori tinggi .
3. Jawaban yang menunjukkan netral diberikan skor 3, hal ini menunjukkan kategori sedang
4. Jawaban yang menunjukkan tidak setuju diberikan skor 2, hal ini menunjukkan kategori.
5. Jawaban yang menunjukkan sangat tidak setuju diberikan skor 1, hal ini menunjukkan kategori sangat rendah

3.8 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur variabel. Apabila data yang dikumpulkan tepat dan mencerminkan keadaan sebenarnya, instrumen dianggap valid. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut rumus *Pearson Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Nilai koefisien korelasi variabel x dan y

- n : Total responden
 X : Nilai dari masing-masing item per responden
 Y : Total nilai yang diperoleh responden
 (X^2) : Kuadrat dari jumlah keseluruhan nilai total
 X^2 : Jumlah kuadrat dari nilai setiap item
 Y^2 : Jumlah kuadrat dari nilai total responden
 (Y^2) : Kuadrat dari jumlah keseluruhan skor total

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan kemampuan suatu alat ukur untuk memberikan hasil yang stabil saat digunakan untuk mengukur konsep yang sama pada waktu yang berbeda. Instrumen dikatakan memiliki reliabilitas tinggi apabila koefisien reliabilitasnya mendekati angka 1. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, karena instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan skala bertingkat. Suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai *alpha* yang diperoleh $\geq 0,70$.

Rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} : Nilai/koefisien reliabilitas instrumen
 k : Jumlah total item pernyataan
 Σ : Nilai varians skor setiap item
 σ_t^2 : Varians total dari keseluruhan skor

3.9 Analisis Data

3.9.1 Uji Korelasi

Uji korelasi adalah metode statistik yang berguna untuk mengevaluasi seberapa besar dua variabel saling berkaitan. Tujuan dari uji korelasi ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antara variabel yang sudah diteliti. Nilai korelasi berkisar antara -1 hingga +1, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Jika nilai r lebih besar dari 0, maka terdapat hubungan positif, artinya peningkatan pada variabel X akan diikuti oleh peningkatan pada variabel Y .
2. Jika nilai r lebih kecil dari 0, maka terdapat hubungan negatif, artinya semakin besar nilai variabel X , maka variabel Y akan cenderung menurun.
3. Jika nilai $r = 0$, berarti tidak adanya hubungan atau korelasi antara kedua variabel tersebut.

Untuk melihat tingkat kekuatan hubungan diantara kedua variabel menurut Sugiyono ialah sebagai berikut:

Tabel 8. Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2021

Uji korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Adapun rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum\{XY\}) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Nilai koefisien korelasi variabel x dan y
- n : Jumlah total responden
- X : Skor dari masing-masing item per responden
- Y : Skor total yang diperoleh responden
- (X^2) : Kuadrat dari jumlah keseluruhan skor total
- X^2 : Jumlah kuadrat dari skor setiap item
- Y^2 : Jumlah kuadrat dari skor total responden
- (Y^2) : Kuadrat dari jumlah keseluruhan skor total

3.9.2 Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menerapkan metode regresi linear sederhana yang mencakup satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Persamaan regresi sederhana dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y : Nilai variabel bebas yang diprediksi
- a : Konstanta regresi, yaitu nilai Y ketika X = 0
- b : Koefisien regresi menunjukkan seberapa besar perubahan Y akibat perubahan X
- X : Nilai variabel bebas (prediktor)

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut :

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

$$b = \frac{n[\sum xy - (\sum x)(\sum y)]}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan :

y : Jumlah skor variabel terikat

x : Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n : Jumlah sampel

3.9.3 Uji Determinasi

Uji determinasi dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel X memengaruhi variabel Y. Dengan melakukan uji ini, peneliti dapat memahami seberapa besar peran variabel bebas dalam menjelaskan perubahan yang muncul pada variabel terikat. Koefisien determinasi dihitung menggunakan R Square (R^2), yang memiliki nilai berkisar antara 0 hingga 1.

3.9.4 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang dirumuskan berdasarkan data yang tersedia, namun masih memerlukan pembuktian melalui proses pengujian. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilaksanakan dengan uji t, dengan tujuan untuk memahami seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang dipakai untuk menghitung nilai uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t : nilai uji signifikansi

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Kriteria hasil uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel X dan variabel Y.
2. Sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut.

3.9.5 Uji Anova

Uji Anova merupakan teknik analisis statistik inferensial yang digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan signifikan antara tiga kelompok atau lebih mengenai variabel dependen tertentu. Dalam penelitian ini, uji Anova diterapkan untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan dalam nilai pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* yang diperoleh dari konten YouTube Nikita Willy Official berdasarkan karakteristik responden seperti usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, serta pendapatan bulanan keluarga. Rumus Anova satu arah adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{MS_B}{MS_W} = \frac{SS_B / df_B}{SS_W / df_W}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

SS = Jumlah kuadrat

df = Derajat kebebasan

MS = Rata-rata kuadrat

Kriteria hasil uji anova adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat perbedaan signifikan antara kelompok responden.
2. Sebaliknya, jika sig. lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kelompok responden.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian mengenai pengaruh menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada ibu muda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji determinasi, diperoleh nilai (R^2) sebesar 0,521 yang berarti menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official berpengaruh besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda yaitu sebesar 52,1%. Sedangkan sisanya 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin sering ibu muda menonton maka akan semakin tinggi pula informasi *parenting* yang terpenuhi.
2. Berdasarkan uji hipotesis, nilai t hitung sebesar 10,120 dan t tabel sebesar 1,985 yang berarti t hitung $>$ t tabel sehingga H_0 ditolak, sementara H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari menonton konten YouTube *parenting* Nikita Willy Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *parenting* pada *subscribers* ibu muda.
3. YouTube menjadi salah satu media digital yang dipilih ibu muda untuk memenuhi kebutuhan informasi *parenting*. Konten yang bersifat audio-visual, mudah diakses, serta relevan dengan pengalaman keseharian membuat ibu muda tertarik dan secara aktif memanfaatkannya sebagai sumber informasi.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian dan kesimpulan penelitian, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti berikutnya dapat memanfaatkan jenis media lain dan melakukan pengembangan lebih jauh dengan menerapkan pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mixed method*) untuk menggali lebih dalam motivasi, persepsi, dan dampak jangka panjang dari konsumsi konten parenting digital terhadap parenting ibu muda.
2. Ibu muda dapat terus memanfaatkan konten *parenting* secara aktif dan selektif. Penting untuk menyaring informasi yang diperoleh, membandingkan dengan sumber lain, serta tidak ragu untuk berkonsultasi dengan tenaga profesional bila dibutuhkan agar informasi yang diterima benar-benar sesuai dengan kondisi anak dan keluarga.
3. Pembuat konten *parenting*, khususnya Nikita Willy dapat meningkatkan kualitas dan keberagaman konten yang disajikan dan untuk instansi kesehatan atau lembaga pendidikan parenting dapat memperkuat dan memperluas informasi *parenting* yang kredibel dan mudah diakses dengan menggunakan media digital.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro dkk. (2020). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Pasaribu, Benny dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Banten: Media Edu Pustaka
- Priadana M., & Sunarsi D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Rachmi, T., & Dewi, N.F.K. (2022). *Mengenal Lebih Dalam Ilmu Parenting*. Jawa Barat: Edu Publisher.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Susanto, A.V. (2019). *Positive Parenting Membangun Karakter Positif Anak*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Yusup, Pawit M. (2019). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara

Skripsi dan Jurnal

- Amin, Nur Fadhilah dkk. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal PILAR* vol.14 no.1, 15-31.
- Bachmid, M.F., & Yuhertiana, I. (2023). Pengaruh Viewer Dan Subscriber Terhadap Pendapatan Youtuber Indonesia. *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik* vol.2 no.6, 549.
- Bungsu, A., Purnama, N., & Wijayanti, L. (2023). Budaya Literasi Era Digital Pada Perkembangan Penerbitan Koleksi Elektronik Di Indonesia. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi* vol.7 no.2, 141–150.
- Damayanti, A., Delima, I.D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* no.6 vol.1, 173-190.
- Ekohandito, R.S., & Lutfiyyah, A. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan YouTube Terhadap Kepuasan Karyawan Dalam Mendapatkan Hiburan Yang Diinginkan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Prisani Cendikia Institue* vol. 2 no.4, 413-430.

- Febyaningsih, E., & Nurfadilah. (2019). Pelaksanaan Program Parenting di Raudhatul Athfal Permata Assholihin. *Jurnal AUDHI* vol.1 no.2, 70-82.
- Hapsari, Swita Amallia dkk. (2020). Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Parenting Keluargakita.Com. *International Conference Communication and Sosial Sciences (ICCOMSOS)* vol.1 no.1.
- Lestari, D. P. (2021). *Wacana parenting di media sosial: Analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk pada YouTube Pro-U Channel* (Skripsi). Universitas Sriwijaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur KabupatenMinahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society* vol.2 no.1
- Nasution, Fauziah dkk. (2024). Gaya Pengasuhan Orang Tua Terhadap Kepribadian Anak. *BERSATU: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika* Vol. 2 No. 1, 180-189.
- Nur, M.P., & Marwan, M.R. (2024). Pengaruh Terpaan Media dan Kualitas Informasi Pada Akun YouTube Satu Persen Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Subscribers. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* vol.3 no.7.
- Nurhaidal, Ida dkk. (2022). The Influence of Social Media on Language Trends South Jakarta Children as The Use of Language Day to Day. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 2(11), 617–621.
- Machidhar, A. S. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial YouTube Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Channel YouTube Diskominfo Boyolali. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* vol.6 no.1.
- Minat, P., Ade, D. B., Santoso, R., & Sayekti, R. (2022). Analisis Kompetensi Literasi Informasi Siswa MAN 2 Langkat Dalam. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* vol.16 no.2, 294-316.
- Putra, Andika. (2024). Dampak Peran Orang Tua Terhadap Perkembangan Sosial Dan Emosional Anak. *Jurnal Psikologi* vol.1 no.4, 1-14.
- Putri, F. K. A., Muyasaroh, & Mujiati, E. (2022). Gaya parenting orang tua dalam pembentukan karakter dan kepribadian anak. *Juraliansi: Jurnal Lingkup Anak Usia Dini*, 3(2), 45–55.
- Putri, Kharisa Alifia., & Deslia, Fikrani Iva. (2024). Efektivitas Akun Instagram @pmb_uad dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru UAD. *Jurnal Syntax Idea* vol.6 no.9, 3944-3952.

- Reynata, E., & Vira, A. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa. *Komunikologi* vol.19 no.2, 96-101.
- Rustamana, Agus dkk. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Sindoro: Cendikia Pendidikan* vol.5 no.6, 81–90.
- Sari, D.G.P., & Nurjanah. (2023). Pengaruh Terpaan Konten TikTok Halimah (@dailyjour) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengasuhan Anak Followers. *Jurnal Purnama Berazam* vol.5 no.1, 56 - 68..
- Setyastuti, dkk. (2019). Millennial Moms : Social Media as The Preferred Source of Information About Parenting in Indonesia. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*.
- Siroj, Rusydi A dkk. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran* vol.7 no.3, 11279-11289.
- Suharti, Bangun dkk. (2025). Socialization of Media Awareness for Education Stakeholders in The Muhammadiyah School Area in Bandar Lampung City. *Indonesian Journal of Society Development*, 4(1), 47–56.
- Supriani, Y., & Arifudin, O. (2023). Partisipasi Orang Tua dalam Pendidikan Anak Usia Dini. *Plamboyan Edu*, vol.1 no.1, 95–105.
- Surahman, B. (2021). Korelasi Pola Asuh Attachment Parenting Terhadap Perkembangan Emosional Anak Usia Dini. *Zigie Utama*.
- Widyastuti, N.P., & Salsabila, N.A. (2023). Instagram sebagai Media Informasi bagi Ibu Milenial dalam Pemenuhan Kebutuhan Pola Asuh Anak. *Alhuwiyah: Jurnal of Women and Children Studies* vol.3 no.1, 21-40.
- Wirany, D., & Pratami, V.T. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *ARTCOMM* vol.2 no.2, 25-30.
- Wulandari, H., & Tahera, S. (2024). Pentingnya Pemahaman Orang Tua Terhadap Pola Asuh pada Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol.10 no.13, 730-737.
- Wulandari, N. (2024). Analisis Dedikasi Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kesehatan Mental Anak Disabilitas di Bangkalan. *Journal of Student Research*, vol.2 no.1, 33–45.
- Yultan Demmangasa, Nofri Yudi Arifin, & Budi Mardikawati. (2023). Digitalisasi Pendidikan: Akselerasi Literasi Digiital Pelajar Melalui Eksplorasi Teknologi Pendidikan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* vol.4 no.5, 11158-11167.

Zuniananta, L. E. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan* vol.10 no.4, 37-42.

Artikel Online

APJII. “Survei Internet APJI 2024.” *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* 2024. diakses 06 September 2024.
<https://www.survei.apjii.or.id/>

The Asiant Parent. “Digital Mum Survei 2024: Indonesia” *theAsianparentinsights* 2024. diakses 06 September 2024.
<https://insights.theasianparent.com/product/digital-mum-survey-2024-Indonesia>